

<<市场调查与预测>>

图书基本信息

书名：<<市场调查与预测>>

13位ISBN编号：9787514122916

10位ISBN编号：7514122915

出版时间：2012-8

出版时间：经济科学出版社

作者：刘利兰

页数：434

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<市场调查与预测>>

### 内容概要

《市场调查与预测（第3版）》中的大量案例，是作者根据中国市场实际搜集、整理的资料，并配合以最优的数学模型，在多年连续观察和分析中充分证明，这些模型符合中国市场发展的实际，由此使本书在理论联系实际方面占据了本学科的一席之地。

本书系统地阐述了认知市场状况、研究市场发展变化规律、预知市场未来表现的理论和方法。

## &lt;&lt;市场调查与预测&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 市场调查和预测及其作用第一节 市场调查和市场预测第二节 市场调查和预测中的市场含义第三节 市场调查和预测的作用第四节 市场预测的资料来源第二章 市场调查的方式和步骤第一节 市场调查的类型和方式第二节 市场调查的步骤第三节 市场调查的主要内容第三章 市场抽样调查第一节 市场抽样调查及其特点第二节 随机抽样的方式方法第三节 推断市场总体第四节 非随机抽样方式第五节 确定样本容量第四章 文案调查法第一节 市场信息及其种类第二节 文案调查法及其功能第三节 文案调查的渠道和方法第四节 文案调查体系的建立和管理第五章 市场观察法和访问法第一节 市场观察法的类型第二节 观察法应用的原则和要点第三节 市场访问调查法的类型第四节 访问过程的控制第五节 市场访问调查的应用第六章 市场问卷调查法第一节 问卷调查法的类型和问卷结构第二节 设计调查问卷的步骤第三节 问卷中问题与答案的设计第四节 问卷调查法的应用第七章 市场实验调查法和态度测量表法第一节 实验调查法及其步骤第二节 实验设计及其种类第三节 实验调查法的应用第四节 态度测量表法第八章 市场预测的类型和步骤第一节 市场预测的类型.....第九章 判断分析市场预测法第十章 时间序列市场预测法（一）——以平均数为基础的各种时序预测法第十一章 时间序列市场预测法（二）——趋势模型和季节变动模型第十二章 相关回归分析市场预测法附表1 随机数表附表2 正态分布概率表附表3 F分布表附表4 t分布表

## <<市场调查与预测>>

### 章节摘录

问卷设计中，不论开放式问题还是封闭式问题，都要用文字表述出来。问题的表述与问题的选择和问题形式的设计一样，也对问卷的质量、问卷的回收率及其调查的结果有重要影响。

问卷中问题的表述应遵守以下规则。

(1) 每个问题的内容要单一，避免多重含义。

这点强调的是不能在一个问题中同时问两件事。

例如，“您认为市场供应和物价情况怎样？”

”“您所居住的地区饮食、文化服务方面条件怎样？”

”“您近年的食品消费和衣着消费水平具体有多大提高？”

”这几个问题都未做到问题内容的单一。

“市场供应和物价”、“饮食和服务”、“食品消费和衣着消费”是具有双重含义的。

可能市场供应和物价的情况并不一样；可能饮食和文化服务的发展并不均衡；可能食品消费和衣着消费水平并不能同时提高。

对这种双重含义的问题，被调查者不知从哪方面回答好。

(2) 问题的表达要具体，避免抽象，笼统。

问题太抽象、笼统，也会使被调查者无从答起。

在封闭式问题中，这项规则比较容易实现，因为调查者必须提供若干个答案供选择，如果问题抽象、笼统，自己就无法设计答案，调查者设计答案过程，就等于是对问题表述是否具体的一种检验。

但在开放式问题中，往往不容易做到此规定。

如“您认为当前农村的情况怎样？”

”这种问题就过于笼统，它是指农村的农业生产情况，还是指农村的人口情况，农业劳动力情况，农村居民的生活情况，使被调查者搞不清楚，也就无法具体回答问题。

.....

<<市场调查与预测>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>